

Progettare e organizzare eventi aziendali

Dall'idea al piano operativo per conquistare il proprio pubblico, in presenza e in digitale

★★★★★ 4,4/5 (10 avis)

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 990,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.800,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.40

Il successo di un evento dipende da un mix composto da **visione strategica, creatività, competenze organizzative** e da una buona capacità di **problem solving**.

Un evento di successo necessita inoltre di una macchina organizzativa coordinata, in grado di passare messaggi unici, mettere a terra gli obiettivi prefissati e coinvolgere al meglio i target da conquistare e/o fidelizzare.

Il corso fornisce le competenze chiave per progettare, organizzare e gestire eventi di successo, anche in modalità digitale: dal focus sugli obiettivi alla cura di ogni dettaglio.

Un ulteriore focus è inoltre rivolto a come integrare **sostenibilità** e **Intelligenza Artificiale** nei progetti al fine di finalizzare eventi responsabili, innovativi e, se necessario, immersivi.

A chi è rivolto

- Event Manager
- Responsabili Comunicazione e Marketing
- Responsabili Relazioni Esterne e Responsabili Ufficio Stampa
- CSR Manager
- Assistenti e segretarie di direzione coinvolte nella progettazione e gestione di eventi

Programma

L'EVENTO: COME RENDERE PROTAGONISTA LA PROPRIA AZIENDA

Definire l'evento

- La scelta dell'evento: il giusto risultato fra obiettivi, target e budget
- L'evento come esperienza: consolidare il posizionamento di brand, prodotto, servizio
- Le tappe fondamentali del percorso di sviluppo dell'evento
- La strategia di comunicazione multi-canale: definizione dei touch-point
- Storytelling e brand awareness: come potenziare il brand attraverso la narrazione
- La scelta di Guest, Testimonial, Celebrity e Influencer

Individuare il target dell'evento

- I partecipanti al centro dell'evento: segmentare con cura i target di riferimento
- Conoscere le attese dei diversi target e favorirne l'integrazione
- Garantire coerenza fra target, contenuti, tono dell'evento e stile aziendale

LA MACCHINA IN MOTO

Il project management dell'evento

- Il Team di lavoro e la gestione dei fornitori
- Concept dell'evento: garanzia di "experience" ed elementi di differenziazione
- Planning operativo: timing, location, catering, budget, etc.
- Tool, app e strumenti di engagement

Caratterizzare l'evento fra orientamento sostenibile e AI

- Definire un obiettivo di sostenibilità o di responsabilità sociale
- Come evidenziarlo e comunicarlo senza rischio di "washing"
- L'AI come leva di attrazione e posizionamento: dalla generazione di contenuti, alla personalizzazione dell'esperienza, passando per il networking intelligente
- Impiego di soluzioni di AI negli eventi

GO! L'evento al via

- Coordinare l'evento: dagli aspetti organizzativi alle azioni di comunicazione
- Il ROI dell'evento
- Apertura e chiusura dell'evento
- Capitalizzare l'evento



Obiettivi del corso

- Definire l'obiettivo strategico del proprio evento
- Scegliere la tipologia di evento più utile a raggiungere gli obiettivi fissati
- Ideare, progettare e organizzare eventi originali ed efficaci
- Comprendere come integrare CSR e AI nell'ideazione di un evento di successo
- Pianificare il ritorno qualitativo e quantitativo dell'evento



Esercitazioni

- Check-list della progettazione di un evento
- Project work



Date e sedi 2026



Ultimi posti



Edizione garantita

Milano

date 11 mag

date 16 nov

Online

date 13 lug

date 12 ott

date 14 dic